



Consideraciones ambientales sobre las prácticas de consumo de agua y energía en hogares urbanos

Environmental considerations on the consumption of water and energy in urban households as a social practice

Fredy LÓPEZ-PÉREZ [1](#); Jhoniers GUERRERO-ERAZO [2](#)

Recibido: 15/08/2017 • Aprobado: 12/09/2017

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Métodos](#)
- [3. Resultados y discusión](#)
- [4. Conclusiones](#)
- [Agradecimientos](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Presentamos una revisión de literatura sobre algunos enfoques en ciencias sociales y en ciencias ambientales que permiten entender las lógicas de los consumidores en el uso de agua y energía domésticos y cómo proyectarlos hacia un consumo sostenible. Para ello, empleamos una búsqueda compleja en las bases de datos científicas de mayor impacto. Nuestro principal aporte es proponer la necesidad de considerar al consumo sin juicios morales ni normativos entendiéndolo como una práctica social compleja que cuestiona la perspectiva individualizada.

Palabras-Clave: ciencias ambientales, estudios del consumo, teorías de práctica

ABSTRACT:

We present a literature review on some approaches in social and environmental sciences that allow us to understand the household water and energy consumers logic, and how to project them towards sustainable consumption. To do this, we did a complex search in scientific databases greatest impact. Our main contribution is to propose the need to consider consumption without moral or normative judgments, understanding it as a complex social practice that questions the individualized perspective.

Keywords environmental sciences, consumption studies, theories of practice

1. Introducción

El consumo es un ámbito de la vida cotidiana que ha recibido una atención diferenciada en el tiempo, para algunos incluso con importancia desde el siglo XV (Trentmann 2016), pero con mayor énfasis en los últimos 40 años en especial por las ciencias sociales, las del ambiente, y

las asociadas a la publicidad y al mercadeo (Shove 2003a; Shove 2010b; Shove 2003b; Welch & Warde 2015; Warde 2014; Sahakian & Wilhite 2013; Warde 2017). De allí se desprende que sea frecuente que, en la actualidad, las alusiones a la crisis ambiental y a sus soluciones por la vía de la sostenibilidad, incluyan al consumo en el debate. Esto implica que existe un acuerdo relativo en que entender el consumo, pero además regularlo, intervenirlo y acondicionarlo a las necesidades de la sostenibilidad, es algo muy frecuente en discursos académicos, institucionales, empresariales y de la cotidianidad, aunque no necesariamente esté profusamente desarrollado (Huang & Rust 2011).

Sin embargo, es sólo hasta inicios de la década de los 90 del siglo XX, con la preparación de la Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro en 1992, que el consumo empieza a emerger como parte de las explicaciones relevantes para entender la problemática ambiental global y en consecuencia, se le empieza a asociar de manera consistente con reflexiones sobre la sostenibilidad (Portilho 2010). Buena parte de las elaboraciones sobre el consumo tienen un énfasis normativo, moralista, e individualista (Shove 2010a; Shove 2003a; Portilho 2010; Warde 2005; van Vliet et al. 2005; Sayer 2013; Kollmuss & Agyeman 2002; Steg et al. 2005; Welch & Warde 2015; Warde 2014; Sahakian & Wilhite 2013; Wilhite 2013; Horta et al. 2014). Normalista y moralista en el sentido de que se lo analiza como algo incorrecto que tiene que ser cambiado bajo ideales de sostenibilidad y que, contrario a la producción y al trabajo, implica ocio, despilfarro, gasto y agotamiento. Individualista en el sentido de que usualmente se le interpreta como actos de compra en procura del placer, la identidad y la realización estrictamente personal.

Muchos de los discursos y propuestas de consumo bajo las denominaciones verde, responsable, ecológico o sostenible, reproducen esos tres rasgos: normativo, moralista e individual. De este modo, al consumo no se le ha prestado la debida atención respecto del potencial que tiene como manera de entender el cambio social por la vía de sus lógicas sociales subyacentes y sus implicaciones ambientales más complejas (Spaargaren 2006; Spaargaren 2011; Spaargaren & Oosterveer 2010; Shove 2003a; Warde 2005). Esto que ocurre con las aproximaciones globales hacia el consumo, opera igualmente cuando se consideran los consumos de agua y energía en hogares en donde, por cuenta de las connotaciones que adquiere la crisis ambiental contemporánea en términos de disponibilidad de energía e incremento en su demanda y sus efectos ambientales, así como la disponibilidad de agua en un contexto de cambio climático, el comportamiento de los consumidores de estos recursos ocupa una atención especial (Shove 2012; Shove & Walker 2014; Horta et al. 2014; van Vliet et al. 2005; Browne et al. 2014; Sahakian & Wilhite 2013; Wilhite 2015).

Esta revisión por tanto tiene dos propósitos. El primero es exponer algunos elementos teóricos que permiten re-pensar al consumo de agua y energía más allá de los planteamientos tradicionales que lo asocian con conductas individuales, hedonistas y generadoras de problemas ambientales. El segundo es dejar establecida la necesidad de que las ciencias ambientales en su proceso de construcción actual, replanteen la forma de entender el consumo e incorporen las siguientes perspectivas: a) el consumo representa un conjunto de prácticas sociales que requieren ser mejor comprendidas y b) la consolidación de la sostenibilidad ambiental y su incorporación al desarrollo, necesita entender si determinadas prácticas de consumo pueden o no ser ambientalizadas y en consecuencia, transformarse bajo las presunciones de la sostenibilidad.

Una hipótesis que guía la búsqueda es que entre las prácticas cotidianas de consumo de agua y energía en hogares, y las idealizaciones del consumo sostenible, hay una complejidad que aun requerimos comprender en mayor magnitud y que hace que la ambientalización de los consumos, no sea un tránsito fácil de alcanzar.

Para abordar estos asuntos, este escrito se desarrolla en tres secciones. En la primera, se declara la metodología empleada para la búsqueda bibliográfica. En la segunda, se procede con una discusión de lo hallado que incluye la consideración del consumo como una práctica social; la idea de que el consumo se desarrolla en torno a las nociones de confort, limpieza y

conveniencia y se ponen en contexto dos enfoques que inciden sobre el modo de comprender el consumo: 1) brecha entre valores, actitudes y comportamientos (mejor conocido como gap between values, attitudes and behaviors); 2) modernización ecológica. En la segunda sección se hace también una reflexión sobre los escenarios del consumo sostenible en el marco que discute el artículo: agua y energía en hogares. En la tercera sección se ofrecen las conclusiones de la revisión.

2. Métodos

Para hacer una búsqueda de bibliografía lo más completa y pertinente posible en materia de consumos de agua y energía en hogares con la incorporación de criterios ambientales, se estructuró una búsqueda compleja a partir de cuatro dimensiones de análisis como se muestra en la tabla 1. En cada una de las dimensiones, se establecieron las palabras clave que guían la búsqueda con operadores booleanos AND y OR.

Tabla 1
Palabras clave por dimensiones para una búsqueda compleja

	Dimensiones de análisis			
	Variantes del consumo sostenible	Consumo de agua y energía en hogares	Prácticas y comportamiento ambiental	Soporte teórico
KEYWORD	AND			
OR	sustainable consumption	domestic water	Practice	Environmental sociology
	responsible consumption	domestic energy	Behavior	Consumption sociology
	green consumption	household energy consumption	Behaviour	Sociology of consumption
	environmental consumption	household water consumption	Environmental behaviour	Environmental science
			Environmental behavior	Environmental sciences
			Theories of practice	consumption studies
			Theories of practices	ecological modernization
			Theory of practice	
			Theory of practices	
			Energy attitudes	

		Energy behaviour	
		Energy behavior	
		Water attitudes	
		Water behavior	
		Water behaviour	
		Social practice	
		Social practices	
		Environmental attitudes	

Fuente: elaboración propia

La tabla 1 se convirtió en una ecuación de búsqueda que se utilizó en Scopus, Web of Science, Redalyc, Scielo, SAGE, Springerlink y Wiley Interscience. La forma que adquiere la ecuación de búsqueda es la siguiente, aunque varía entre las diferentes bases utilizadas:

("sustainable consumption" OR "responsible consumption" OR "green consumption" OR "environmental consumption") AND ("domestic water" OR "domestic energy" OR "household energy consumption" OR "household water consumption") AND ("practice" OR "behavior" OR "behaviour" OR "environmental behaviour" OR "environmental behavior" OR "theories of practice" OR "theories of practices" OR "theory of practice" OR "theory of practices" OR "energy attitudes" OR "energy behaviour" OR "energy behavior" OR "water attitudes" OR "water behavior" OR "water behaviour" OR "social practice" OR "social practices" OR "environmental attitudes") AND ("environmental sociology" OR "consumption sociology" OR "sociology of consumption" OR "environmental science" OR "environmental sciences" OR "consumption studies" OR "ecological modernization").

Las búsquedas más útiles debido a su practicidad, cantidad de registros encontrados y herramientas de apoyo para el análisis, son las de Web of Science y la de Scopus. Con la búsqueda de Web of Science se utilizó una herramienta complementaria llamada Árbol de la Ciencia, desarrollada por la Universidad Nacional de Colombia (Robledo et al. 2014), que permite reducir la cantidad de registros encontrados clasificados por su utilidad e importancia en seminales (artículos y libros de alta citación que estructuran la búsqueda bibliográfica), tronco (artículos y libros que le dan dirección a la búsqueda) y ramas (artículos más recientes y más citados en el tema).

Luego del filtrado de las referencias encontradas, se eligieron 57 para el análisis. El criterio de selección incluyó la citación por obra y la pertinencia en relación con el objeto de la investigación que le da lugar a este artículo. Para facilitar el análisis se recurrió al software Atlas.ti® que permitió el establecimiento de categorías y lectura de la información por redes semánticas pudiendo de este modo extraer la información más relevante.

3. Resultados y discusión

3.1. Consumo y teorías de práctica

Debido a la amplitud de prácticas y ámbitos de la vida que son abarcados por el consumo, es

necesario dejar explícito que este artículo sólo se ocupa de las reflexiones por el consumo como un conjunto de prácticas de uso de agua y energía en hogares. La delimitación, aparte de ser operativa por la imposibilidad de hablar de todas las formas de consumo en un único artículo, se relaciona con el carácter crítico, además del interés, que tienen los asuntos de la escasez del agua y de la provisión de energía en hogares, como temas clave para pensar en la sostenibilidad ambiental en los niveles urbano y territorial (van Vliet et al. 2005; Naus et al. 2014).

Partimos de reconocer al consumo como prácticas de apropiación de bienes, servicios, actuaciones, información o entorno, que son el resultado de la interacción entre un agente consumidor (con sus preferencias y predisposiciones) y el ambiente material, mediada por un contexto sociocultural que le da sentido y forma temporal a los actos de consumo (Warde 2005; Wilhite 2013; Reckwitz 2002).

Esta perspectiva es una forma intencionada de cuestionar la aproximación tradicional y dominante sobre el consumo, que es normalmente expuesta desde saberes como la economía, la psicología, la mercadotecnia y algunas elaboraciones desde las ciencias ambientales, las cuales suelen ver al consumo como una expresión individual en la cual los sujetos informados, racionales, motivados y en procura de su identidad, toman decisiones de compra o adquisición de bienes y servicios que les permite satisfacer sus necesidades (Shove 2003a; Shove 2010b; Shove 2003b; Warde 2005; Shove 2010a; Browne et al. 2014; Sahakian & Wilhite 2013). Los consumos de agua y energía en hogares, son concebidos usualmente bajo el mismo sesgo individualizado.

Aparte de dominar la percepción sobre el consumo, esta concepción tradicional es la que se utiliza para relacionar al consumo como un par en oposición a la producción y al ahorro, además de pensárselo usualmente de forma negativa cuando aparecen consideraciones ambientales. Como consecuencia, cuando al consumo se le piensa desde una perspectiva ambiental, la conclusión más fácil y generalizada es que el consumidor individualizado es culpable y responsable por el deterioro del ambiente debido a sus actos de compra, uso y adquisición que van sumando junto con los del resto en un cúmulo de conductas ambientalmente inconvenientes. La solución más que obvia es la de promover el consumo sostenible (en nuestro caso de agua y energía) por la vía de campañas de educación o sensibilización orientadas a cada persona en particular, sumados a la búsqueda de la eficiencia de los consumos por medio de la implantación de dispositivos de ahorro y uso eficiente (Browne et al. 2014). La premisa base acá es que el aprendizaje, la educación y la sensibilización, son las maneras más expeditas para alcanzar el consumo sostenible.

Al contrario, la literatura revisada indica que los consumos de agua y energía en hogares, se enmarcan en prácticas colectivas de carácter complejo que apenas empezamos a reconocer (Shove 2010b; Shove 2003b; Warde 2005; Shove 2010a; Welch & Warde 2015; Warde 2014; Sahakian & Wilhite 2013; Wilhite 2013; Horta et al. 2014; Reckwitz 2002). En este sentido, el enfoque denominado teorías de práctica, permite comprender mejor el consumo en la perspectiva que desarrolla este artículo.

Una práctica social es un tipo rutinario de comportamiento que interconecta varios elementos como actividades corporales, significados mentales, sentido y forma de uso de los objetos materiales y un conocimiento compartido sobre las formas de uso de las cosas (Shove et al. 2012; Welch & Warde 2015; Warde 2005; Reckwitz 2002). Las prácticas sociales no son estáticas sino que siempre están sujetas a transformación y cambio, usualmente en períodos de tiempo largos en la medida en que los significados asociados a los actos, cambian (Warde 2005; Warde 2014; Welch & Warde 2015; Browne et al. 2014; Wilhite 2015; Spaargaren 2011; Spaargaren 2006). Los actos de consumo, en palabras de Wilhite, tienen una historia tanto en un nivel corporal-individual, como social (Wilhite 2015).

Las prácticas de consumo que implican la utilización de agua y energía como tomar el baño, aseo corporal, lavado de ropas, cocinar, utilizar dispositivos de iluminación, utilizar electrodomésticos para entretenimiento, entre otros, están inmersos en prácticas sociales que

además de su variación en el tiempo (están en un flujo permanente), tienen otras características como el modo heterogéneo en el que se presentan entre sociedades, posibilitan la comprensión de lo que se entiende en cada sociedad por "necesidad", y son un reflejo de las relaciones entre los seres humanos y el ambiente (Warde 2005; Pullinger et al. 2013; Winther & Wilhite 2014; Horta et al. 2014).

Una precaución más que necesaria, es la de no ubicar al consumo como práctica en un extremo en el cual los individuos son meros sujetos pasivos de tendencias sociales. En este sentido, la concepción del consumo como práctica está a medio camino entre tres lógicas: las de las racionalidades individuales, las tendencias sociales macro y la materialidad de los objetos (Pullinger et al. 2013; Alison Leigh Browne et al. 2013; Alison L. Browne et al. 2013).

Para las ciencias ambientales, incorporar la comprensión del consumo como una práctica social resalta el lugar de importancia que tienen los estudios de la vida cotidiana en la construcción de la sostenibilidad y permite además entender que la transformación hacia comportamientos que incorporen criterios ambientales, es un proceso largo e impredecible. Esos son dos aspectos de importancia para complementar la agenda de trabajo de las emergentes ciencias ambientales (Shove 2010b; Welch & Warde 2015; Warde 2014).

3.2. Confort, limpieza, conveniencia y consumo

Reconocido el consumo como práctica social, es necesario profundizar el análisis en otro nivel. Varios autores entre los que destaca Elizabeth Shove, indican que la heterogeneidad y el carácter fluctuante de las prácticas de consumo de agua y de energía en el tiempo, son el resultado de la forma en que las sociedades buscan permanentemente consolidar las ideas de confort, limpieza y conveniencia (o practicidad).

Conveniencia o practicidad en el sentido de que nuestra sociedad busca privilegiar la optimización en el uso del tiempo para, en teoría, ganar en calidad de vida. Limpieza como concepción del aseo, la salud, una estética específica de los hogares y del cuerpo, y una forma específica de hacer relaciones sociales en las que el olor y la apariencia, desempeñan un papel importante. Y confort, en el sentido del placer, la comodidad y la calidad de vida que se desprende de consumir agua y energía de ciertos modos específicos.

En coherencia con el carácter de práctica social del consumo, las nociones de limpieza, practicidad y confort se han ido naturalizando y normalizando a lo largo del último siglo en las sociedades occidentales. Eso permite una relativa estandarización (con sutiles variaciones) del placer que se asocia con los consumos de agua y energía en hogares de sociedades occidentales, ejemplificado en prácticas como el aseo cotidiano, la frecuencia del baño, la temperatura, su duración, los horarios, los productos de limpieza empleados, entre otros (Shove 2003b; Pullinger et al. 2013).

La importancia de esta idea para una interpretación ambiental del consumo, es que la literatura revisada apunta a que las ideas asociadas al confort, la limpieza y la conveniencia, priman sobre las consideraciones ambientales que demanda un consumo sostenible de agua y energía (Shove 2003a; Shove 2012; Shove 2003b; van Vliet et al. 2005; Winther & Wilhite 2014; Valkila & Saari 2013; Butler et al. 2014; Scott et al. 2015). La búsqueda y consolidación de estos tres valores, pesan mucho más que su sacrificio en pos de adoptar estilos sostenibles de consumo. De hecho, los esfuerzos que hace la sociedad y las personas por buscar estos valores (casas confortables, baños agradables, aseo profundo, ropas limpias, aspectos agradables, hacer las tareas del hogar en menores tiempos, etc.), son los que representan los mayores consumos de agua y de energía en los hogares, con sus respectivas repercusiones ambientales (Shove et al. 2015; Shove 2010a; Warde 2014; Shove 2003a; Shove 2003b).

A esto se suma la evidencia de que en el tiempo, en los países occidentales los consumos de agua y energía en hogares, son crecientes aunque en zonas urbanas en Colombia, tienden a ser decrecientes (Chacón M et al. 2012). Para autores como Wilhite y otros, esto se enmarca en un fenómeno llamado "efecto rebote", consistente en que, a pesar de la disminución de los costos

de producción y uso del agua y la energía por efecto de las mejoras en los procesos y las eficiencias en las tecnologías disponibles, que pueden acarrear disminuciones específicas de consumo en algunas prácticas, los consumos crecen (Winther & Wilhite 2014; Wilhite 2015; Sahakian & Wilhite 2013; Buenstorf & Cordes 2008; Horta et al. 2014)

En este sentido, algunas implicaciones de estas cuestiones en términos de retos para alcanzar un consumo sostenible, son:

- La tecnología trata de hacer que, pese a los consumos crecientes, todo se vea “ambiental” o ambientalizado.
- El confort y la practicidad en particular, tienen una incidencia sobre nuestra capacidad adaptativa. Tendemos a tolerar menos las variaciones ambientales y a forzarlas a nuestra conveniencia a partir del uso del agua y la energía en un marco tecnológico y económico que hace que cada vez más podamos acceder a dispositivos destinados a nuestra comodidad.

Un nivel adicional de complejidad que refuerza lo ya expuesto en el numeral 1 de este artículo pero que no puede ser desarrollado aquí por razones de espacio, es que además el consumo de agua y energía que procura confort, limpieza y conveniencia, se estructura a partir de la evolución conjunta de tres sistemas que le dan sentido: a) cualidades simbólicas y materiales de los objetos y dispositivos sociotécnicos, b) sistemas sociotécnicos, convenios y acuerdos colectivos y c) hábitos, prácticas y expectativas de usuarios y consumidores (Shove & Walker 2014; Shove 2010b; Shove et al. 2015; Shove 2003b; Shove 2003a).

3.3. Condicionantes ambientales al consumo

Ha podido delinarse hasta acá la necesidad de cuestionar la visión individualista del consumo debido a su carácter social complejo. Ahora bien, ¿cómo pensar de qué manera en la sociedad pueden incorporarse valores ambientales en las prácticas de consumo? Dos enfoques permiten ayudarnos a comprender la relación entre consumo y valores ambientales.

3.3.1. Brecha entre valores y comportamientos ambientales

Es necesario plantear que luego de la Segunda Guerra Mundial, cuatro grandes valores emergen y se consolidan como los estructuradores del sentido del nuevo orden mundial: paz, libertad, desarrollo y ambiente (Leiserowitz et al. 2006). Sin embargo, al momento de incorporar el ambiente como valor característico de la segunda mitad de siglo XX en adelante y asociarlo con el desarrollo, éste (el ambiente) adopta diferentes tipos de valoraciones y discursividades que reflejan debates, tensiones y acuerdos (Shove 2010a; Leiserowitz et al. 2006).

Variaciones éticas y de conceptos frente a las prioridades de sostenimiento entre la sociedad o la naturaleza; llamados a las responsabilidades compartidas, igualdad, solidaridad, tolerancia; el debate abierto sobre el tono ecocéntrico, antropocéntrico o tecnocéntrico del desarrollo, así como el lugar que ocupan las responsabilidades individuales, o la comprensión de los fenómenos de comportamiento colectivo, están en el fondo de las amplias posibilidades que adopta el ambiente como concepto y al tiempo como valor (Young et al. 2010; Leiserowitz et al. 2006; Barr et al. 2005; Gadenne et al. 2011).

La cuestión siguiente es la pregunta por lo que sucede entre la adopción de valores ambientales de un lado, y la concreción de esos valores en comportamientos que pudieran llamarse ambientales o sostenibles. Es decir, para algunos autores es cierto el hecho de que efectivamente existen valores ambientales consolidados que es posible encontrar en algunas sociedades y grupos sociales que no necesariamente se reflejan en comportamientos concretos (Young et al. 2010; Leiserowitz et al. 2006; Barr et al. 2005; Gilg et al. 2005; Gadenne et al. 2011; Valkila & Saari 2013; Faiers et al. 2007). Allí se configura una brecha de la cual es inevitable hablar.

Algunas reflexiones sobre la distancia entre valores y comportamientos ambientales, asumen

que éstos son individuales y no fenómenos sociales complejos (Gadenne et al. 2011; Faiers et al. 2007; Young et al. 2010). Como se menciona en el numeral 1 de este artículo, varios autores profundizan en la reflexión de que los actos de consumo se enmarcan en prácticas colectivas que se van reconfigurando en el tiempo. Parte de las dificultades que tenemos para entender los por qué de la distancia entre los valores y los (esperados) comportamientos ambientales, es que no conseguimos comprender bien la complejidad del consumo más allá de sus manifestaciones individuales.

En medio de esa complejidad, algunos autores hablan de que la distancia entre valores y comportamientos ambientales (Gadenne et al. 2011; Shove 2010a; Arce Salazar et al. 2013; Leiserowitz et al. 2006; Faiers et al. 2007; Kollmuss & Agyeman 2002), está mediada por un conjunto de motivadores y de barreras que posibilitan o inhiben tales conductas. En la tabla 2 se presenta una visión sintética de algunas de ellas:

Tabla 2
Motivadores y barreras hacia los comportamientos de consumo sostenible

Motivadores	Barreras
Sensación de bienestar	Pérdidas de confort y practicidad
	Restricciones externas (infraestructura, costos, condiciones laborales, implicaciones de uso del tiempo)
Convenciones sociales; expectativas sociales	Hábitos consolidados como los asociados a la limpieza y al aseo que no se sacrificarían
Beneficios individuales (salud, finanzas)	Escepticismo
Comodidad	Pérdida de poder, impotencia
Identidad: pertenecer a algo	
Influencias interpersonales	Influencias interpersonales
Publicidad	Publicidad
Regulaciones gubernamentales	Disposiciones gubernamentales que no motivan conductas pro-ambientales
Incentivos monetarios	Largos tiempos para recuperar las inversiones en consumo sostenible
Facilidades brindadas por mejoras tecnológicas	Restricciones asociadas a usos tecnológicos complejos o socialmente no apropiados
Mejoras ambientales en las edificaciones e infraestructura urbana	Dificultades físicas para llevar a cabo ciertas acciones
Mayor información sobre problemas ambientales	Apropiación difícil sobre algunos aspectos ambientales complejos

	Otras prioridades en la estructura de gastos en el hogar o individuales
	Falta de disponibilidad de dispositivos con innovaciones tecnológicas ambientales más contundentes

Fuente: elaboración propia basada en (Shove 2010a; Gadenne et al. 2011; Kollmuss & Agyeman 2002)

Lo que sorprende, luego de ver la cantidad de posibilitadores, pero también de inhibidores para conseguir un consumo sostenible, es que según los mismos autores, pocos son los estudios que analizan la brecha entre valores y actitudes de una manera más holística y en su perspectiva de fenómeno social, no individual. Una práctica muy corriente, es que para detectar lo que acontece con esa brecha, se recurra a estudios tipo encuesta, que no consiguen estudiar más a fondo el fenómeno (Young et al. 2010; Gilg et al. 2005).

Un aspecto adicional que hace más compleja la brecha entre valores, actitudes y comportamientos, es que para muchos ciudadanos, el hecho de no asumir comportamientos ambientales no representa un problema muy relevante puesto que asumen que son los gobiernos, los agentes económicos, las ONG y las instituciones, los que tienen una mayor responsabilidad de enfrentar lo ambiental (Gadenne et al. 2011; Valkila & Saari 2013).

Finalmente, una reflexión planteada por Elizabeth Shove, con algunos niveles de elaboración por parte de otros autores, resulta provocadora para retar a los saberes ambientales en sus pretensiones normativas: ¿qué pasa si asumimos que no todo acumulado de valores y actitudes ambientales, debe transformarse en comportamientos? (Shove 2010a; Gadenne et al. 2011; Valkila & Saari 2013; Faiers et al. 2007). Debe tenerse en cuenta, según los mismos autores, que no todos los agentes sociales tienen por qué reaccionar de los mismos modos frente a la misma información y valores ambientales. Al respecto, Gadenne y otros nos recuerdan que existen estudios que demuestran que no necesariamente algunos comportamientos ambientales provienen de hábitos, valores o actitudes ambientales, con lo cual, el flujo esperado de los valores a los comportamientos, no necesariamente se cumple siempre (Gadenne et al. 2011). Por ello precisamente es que plantear el análisis del consumo en tanto práctica social compleja y específica, tiene sentido.

3.3.2. Aplicación de la teoría de la modernización ecológica en el análisis del consumo

Por modernización ecológica se entiende un conjunto de prácticas y orientaciones que principalmente se ven materializadas en la economía, las adopciones de tecnología y la adopción de algunos valores políticos e institucionales al momento de concretar el llamado desarrollo sostenible.

La modernización ecológica en su forma más simple, puede ser entendida como la forma en que el sistema de economía de mercado que conocemos en la actualidad, responde al reto de conseguir el desarrollo sostenible en la versión canónica que se desprende del Informe Brundtland (Brundtland & United Nations, 1987) y para ello, ajusta la tecnología, las instituciones y algunas reglas de juego económicas (Spaargaren 2006; Hobson 2006). En otras palabras, la modernización ecológica es una perspectiva reformista para conseguir el desarrollo sostenible en tanto opera dentro y con las reglas de juego del sistema económico sin romperlo.

Esto implica que la modernización ecológica sea en el mundo real, una de las formas más usuales en las cuales los gobiernos y los agentes económicos, asumen que debe ser buscado y concretado el desarrollo sostenible (Hobson 2006).

Debido a que la modernización ecológica se entendió tradicionalmente como un cambio en las formas de producción fundamentalmente, su principal acento es en la ecoeficiencia y con ello, se da por entendido que se resuelve gran parte de los retos que impone alcanzar la sostenibilidad. El acento no está precisamente en el consumo, o en su comprensión como

práctica social (Spaargaren 2006; Spaargaren & Oosterveer 2010). Al respecto, Spaargaren identifica además, que buena parte del desarrollo de las ciencias ambientales está influenciado por esta forma de modernización ecológica lo cual, en su criterio, contribuye para que este campo emergente del saber no dimensione a la comprensión del consumo como parte importante del logro de la sostenibilidad.

Como consecuencia, en la actualidad muchas de las respuestas “verdes” de la institucionalidad y de la economía se centran en ofrecer dispositivos tecnológicos y bienes de consumo con diferentes niveles de compromisos ambientales en los procesos de producción. La presunción, es que ante una economía con cada vez más productos “verdes” en oferta, se puede dar lugar a que los ciudadanos, en una perspectiva individual, consuman “verde”. El consumo así entendido, es entonces el fruto de elecciones individuales que deberían estar altamente influenciadas por un entorno de oferta de productos y servicios ambientalizados.

El cuestionamiento en este momento es que existe evidencia que indica que a tal oferta verde, no le corresponden unas prácticas de consumo que estén encaminadas a lo sostenible. Por un lado, no necesariamente tener una oferta de productos con denominación ambiental implica su consumo automático (Spaargaren 2011) y por otra, también existen evidencias que indican que algunas poblaciones adoptan conductas de consumo sostenible frente a situaciones de presión como una urgencia pública o la adopción de medidas gubernamentales extremas y una vez pasada la coyuntura, los comportamientos de consumo sostenible, no retornan (Hobson 2006)

Spaargaren plantea de manera reiterada que debido a las evidentes deficiencias de la modernización ecológica para conseguir alcanzar el desarrollo sostenible sólo desde la promoción de la producción verde, y sólo con la concepción de un consumidor actuando individualmente, es necesario repensar la modernización ecológica en un segundo momento (Spaargaren 2011; Spaargaren 2006).

Este segundo momento, que en la perspectiva de Spaargaren tiene un claro aporte de Elizabeth Shove en su mirada amplia de las implicaciones de las innovaciones tecnológicas en la configuración de las teorías de práctica por medio de las formas que adoptan la limpieza, el confort y la practicidad (Shove 2003a), busca ubicar al consumo en un marco social al descentrar al sujeto, aborda los estudios de la cotidianidad en una perspectiva compleja y permite pensar las interdependencias que se tejen entre la oferta de servicios, las condiciones de infraestructura para el suministro, la incorporación de innovaciones y el estudio de las prácticas. Para el caso de un ámbito de consumo como el que se asocia con el acceso a agua y energía, esta aproximación resulta vital.

No obstante, deben tenerse dos precauciones con esta aproximación de Spaargaren.

En primer lugar, esta perspectiva se basa en lo fundamental en seguir recreando la modernización ecológica a pesar de toda la carga crítica que ha acumulado recientemente. No desprenderse de la misma denominación, sino que pretender resignificarla, acarrea dificultades en su supuesta concepción renovada. Resultará complejo defender una perspectiva de modernización ecológica que con el mismo nombre, incorpore a las teorías de práctica y descentre la mirada de la producción.

Por otro lado, será necesario elaborar estudios desde contextos diferentes al europeo para dotar de validez a esta perspectiva. El mismo autor es crítico al respecto de que sus aproximaciones, tienen un sesgo claramente eurocéntrico en tanto atienden ese tipo particular de realidad.

3.4. Sobre el consumo sostenible

Con lo expuesto hasta acá queda claro que la asociación de valores ambientales al consumo de agua y energía es un reto que reviste complejidad. En tal sentido, los llamados permanentes al despertar individual de la conciencia ambiental o a la búsqueda de la eco-eficiencia por la vía de los dispositivos que en el hogar usan agua y energía, son caminos posibles pero insuficientes

para lograr otro tipo de consumo.

Como ya se señaló, la incorporación del estudio serio del consumo en una perspectiva ambiental, es un asunto emergente (Portilho 2010; Sahakian & Wilhite 2013; Huang & Rust 2011). A esto se le suma el efecto "rebote" esbozado ya en este artículo, y el hecho de que las alternativas para construir un consumo sostenible, partan usualmente desde "arriba" y desde "afuera" del consumidor (Browne et al. 2014; Alison L. Browne et al. 2013).

Pensar entonces el consumo en una perspectiva que genere balances entre nuestras demandas sociales y un estado considerado suficiente y deseable de los recursos naturales (Crivits et al. 2010); que logre equilibrar nuestra calidad de vida con un menor consumo de recursos, reduzca el uso de materiales contaminantes y al tiempo las emisiones, desechos y residuos (Banbury et al. 2012); o bien que logre optimizar simultáneamente las consecuencias sociales, ambientales y económicas de la adquisición, uso y disposición de la materia y la energía en el proceso de la satisfacción de nuestras necesidades (Phipps et al. 2013); implica generar marcos de reflexión sobre las lógicas que están por detrás de las prácticas del consumo y entender cómo se cambian esas prácticas. Esta podría ser una primera aproximación a un concepto de consumo sostenible. Para ello es fundamental retomar la noción de coevolución de tres sistemas esbozada arriba y principalmente expuesta por Shove (Shove 2003a).

Procesos tan determinantes como la globalización del consumo (Banbury et al. 2012; Elizalde Hevia 2009; Miller 1996) y el estímulo que nuestro modelo de desarrollo le hace a las conductas hedonistas, privadas e individuales (Brändle Señán 2008; Shove 2010b) como medios para alcanzar un estado relativo de felicidad y además diferenciarnos por la vía del estatus (Røpke 2009; Warde 2005), inhiben la materialización de un consumo que podamos llamar sostenible en los términos mencionados en esta discusión.

Al respecto, en la denominación de consumo sostenible deberían estar presentes tres niveles interrelacionados: consumo ético, esto es, que libera en vez de atar, que implica actuaciones justas y que involucra responsabilidad en las decisiones de uso; consumo solidario, esto es, que reconoce que el mundo es desigual y que nuestras decisiones pueden incrementar o contribuir a superar dicha desigualdad y consumo ecológico, que reconoce que los actos de adquisición, uso y descarte tienen un trasfondo termodinámico de flujos de materia y energía, conllevan impactos y tienen huellas ecológicas asociadas. Estos a su vez, adquieren matices dependiendo de la concepción de sostenibilidad que tenga cada grupo social que lo intente adoptar (Cortina & Carreras 2004; Piñeiro & Díaz 2012).

Otra línea argumentativa sugiere que las prácticas de consumo, en tanto formas de interacción social en escala micro, pueden dar lugar a construir estructuras sociales específicas con valores y actitudes orientadas, en el caso que nos interesa: hacia la sostenibilidad (Crivits et al. 2010; Røpke 2009).

Es precisamente en esta línea que la literatura revisada ofrece lo que de manera preliminar, es uno de los aportes más valiosos en las elaboraciones sobre consumo sostenible. En su artículo citado, Crivits y otros indican que para hablar de consumo sostenible se deben hacer dos precisiones. La primera es que por conceptualización y método, es necesario en cada caso delimitar muy bien el tipo de consumo del que se está hablando. La otra precisión que establecen Crivits y otros, y que al tiempo es el centro de su propuesta en su obra citada, consiste en proponer que el consumo sostenible se puede desagregar en tres posibles escenarios que pueden representar las opciones que diferentes actores sociales e institucionales pueden materializar bajo consideraciones ambientales y ecológicas (Crivits et al. 2010).

Uno de ellos es el consumo ecoeficiente bajo el supuesto de que las decisiones de consumo sostenible se orientan a partir de la confianza en el papel de la tecnología y la capacidad regulatoria del mercado en términos ambientales. Otro es el de consumo des-mercantilizado en el cual las decisiones de consumo se basan en una mayor desconfianza hacia el mercado y la creencia de que los gobiernos y las sociedades locales, pueden pactar las mejores formas de orientar el sistema de producción y consumo de bienes y servicios incorporándole

consideraciones ambientales de impacto local y regional. El tercer escenario es el consumo de suficiencia en el cual se confía en que individualmente las personas pueden desarrollar de manera reflexiva, las mejores pautas de consumo con consideraciones ambientales y ecológicas.

4. Conclusiones

Poner el consumo en la perspectiva de enfoques como la modernización ecológica y el reconocimiento de la brecha existente entre valores, actitudes y comportamientos ambientales, contribuye con el enriquecimiento de los análisis tradicionales de los que es objeto [el consumo] y ayuda a entender que antes que nada, en el consumo se conjugan un conjunto de prácticas sociales por las que pasan otros aspectos de la vida cotidiana poco tenidos en cuenta por las corrientes dominantes en los estudios sociales.

Es decir, que por el consumo pasa la construcción de relaciones sociales que, en una perspectiva usualmente microsociológica, ayuda a explicar la conformación del tejido social en nuestras sociedades contemporáneas más allá de su juzgamiento moral o en confrontación con otros valores positivos como los asociados a la producción y al ahorro.

Respecto de las ciencias ambientales, el principal reto es superar la visión según la cual, el consumo siempre implica connotaciones problemáticas al vincularlo con el agotamiento de los recursos y la generación de residuos. Si bien esos dos fenómenos son reales y están en la base de la crisis ambiental contemporánea, no resulta sencillo creer que basta con establecer nuevos parámetros de consumo, orientados fundamentalmente a las elecciones individuales, y basados en códigos morales e ideales (como los que encarna la sostenibilidad), que son difícilmente realizables en el corto plazo y de manera impositiva.

Las conductas ambientales difícilmente se insertan en la lógica de las prácticas sociales por medio de la implantación de dispositivos eficientes, o con la sola promoción de mercados verdes, o con campañas de publicidad, información y educación masivas. De ser ciertos, esos mecanismos y estrategias ya tendrían que haber conseguido que la sostenibilidad fuese una realidad mucho más palpable a casi tres décadas de haber sido lanzado oficialmente el concepto de desarrollo sostenible por parte de la Comisión Brundtland.

El aporte de esta perspectiva del consumo al momento de ponerlo en el marco de las consideraciones ambientales, es comprender que el tránsito hacia formas ambientales o sostenibles de consumo requiere de altos niveles de estudio y comprensión de un fenómeno poco estudiado y para nada simple, al tiempo que debemos comprender que no podemos esperar la concreción de prácticas ambientalizadas en espacios de tiempo corto como a veces el mercado, la política, la publicidad y algunos sectores de la academia quieren dar a entender.

Una ruta plausible hacia el consumo sostenible, en este caso de agua y energía, a manera de hipótesis, consiste entonces en determinar las configuraciones de las prácticas que le dan sentido a los usos de agua y energía en un primer momento, para establecer qué grupos poblacionales ya incorporan prácticas que pudieran llamarse ambientalizadas, en qué grado y cuáles grupos en definitiva no muestran ni preferencias ni prácticas que puedan llamarse sostenibles. Las estrategias de concreción de incorporación de conductas ambientales deben considerar transiciones graduales en escenarios largos de tiempo y con resultados diferenciados, a la vez que actuar no sólo sobre los conjuntos de motivadores y barreras, sino además sobre los marcos normativos que regulan y estimulan otros modos de consumo y por último, con la incorporación de cambios en el nivel de las infraestructuras y los sistemas materiales y sociotécnicos que son claves en la constitución de las prácticas de uso de agua y energía. Dichos cambios y articulaciones, sólo son posibles con compromisos amplios de tipo estatal, empresarial y de grupos organizados de ciudadanos.

Agradecimientos

Los autores agradecen al Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, COLCIENCIAS en Colombia, porque con los recursos otorgados al autor principal con la beca doctoral 528/2011, fue posible el adelanto de esta investigación. Estos recursos posibilitaron además que el autor principal pudiera adelantar una estancia de pasantía en el Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade de la Universidade Federal Rural de Rio de Janeiro, en donde recibió orientación de la profesora Fátima Portilho para la construcción de este apartado teórico.

De igual manera, agradecimiento al programa de Doctorado en Ciencias Ambientales de la Facultad de Ciencias Ambientales de la Universidad Tecnológica de Pereira en Colombia, unidad académica que posibilitó la formación en el marco de la cual fue escrito el presente artículo.

Referencias bibliográficas

- Arce Salazar, H., Oerlemans, L., & van Stroe-Biezen, S. (2013). Social influence on sustainable consumption: evidence from a behavioural experiment. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 172–180.
- Banbury, C., Stinerock, R., & Subrahmanyam, S. (2012). Sustainable consumption: Introspecting across multiple lived cultures. *Journal of Business Research*, 65, 497–503.
- Barr, S., Gilg, A. W., & Ford, N. (2005). The household energy gap: examining the divide between habitual- and purchase-related conservation behaviours. *Energy Policy*, 33(11), 1425–1444. <http://doi.org/10.1016/j.enpol.2003.12.016>
- Brändle Señán, G. (2008). Bienestar doméstico y cambio social en la sociedad de consumo española: El valor de los objetos en la vida cotidiana. Departamento de Sociología VI. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Browne, A. L., Medd, W., & Anderson, B. (2013). Developing Novel Approaches to Tracking Domestic Water Demand Under Uncertainty-A Reflection on the “Up Scaling” of Social Science Approaches in the United Kingdom. *Water Resources Management*, 27(4), 1013–1035. <http://doi.org/10.1007/s11269-012-0117-y>
- Browne, A. L., Pullinger, M., Medd, W., & Anderson, B. (2013). Patterns of practice: a reflection on the development of quantitative/mixed methodologies capturing everyday life related to water consumption in the UK. *International Journal of Social Research Methodology*, 17(1), 1–17. <http://doi.org/10.1080/13645579.2014.854012>
- Browne, A., Medd, W., Pullinger, M., & Anderson, B. (2014). Distributed Demand and the sociology of water efficiency. In K. Adeyeye (Ed.), *Water efficiency in buildings: Theory and practice* (pp. 74–84). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Brundtland, G. H., & United Nations,. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Oslo: United Nations.
- Buenstorf, G., & Cordes, C. (2008). Can sustainable consumption be learned? A model of cultural evolution. *Ecological Economics*, 67, 646–657.
- Butler, C., Parkhill, K. a., & Pidgeon, N. F. (2014). Energy consumption and everyday life: Choice, values and agency through a practice theoretical lens. *Journal of Consumer Culture*. <http://doi.org/10.1177/1469540514553691>
- Chacón M, G., Lizcano, I., & Asprilla Lara, Y. (2012). Consumo básico de agua potable en Colombia. *Tecnogestión*, 8(1), 14–23.
- Cortina, A., & Carreras, I. (2004). *Consumo... luego existo*. (Cristianisme i Justicia, Ed.). Barcelona: Cristianisme i Justicia.
- Crivits, M., Paredis, E., Boulanger, P.-M., Mutombo, E., Bauler, T., & Lefin, A.-L. (2010). Scenarios based on sustainability discourses: Constructing alternative consumption and consumer perspectives. *Futures*, 42, 1187–1199.

- Elizalde Hevia, A. (2009). ¿Qué desarrollo puede llamarse sostenible en el siglo XXI? La cuestión de los límites y las necesidades humanas. *Revista de Educación*, (número extraordinario 2009), 53–75.
- Faiers, A., Cook, M., & Neame, C. (2007). Towards a contemporary approach for understanding consumer behaviour in the context of domestic energy use. *Energy Policy*, 35(8), 4381–4390. <http://doi.org/10.1016/j.enpol.2007.01.003>
- Gadenne, D., Sharma, B., Kerr, D., & Smith, T. (2011). The influence of consumers' environmental beliefs and attitudes on energy saving behaviours. *Energy Policy*, 39(12), 7684–7694. <http://doi.org/10.1016/j.enpol.2011.09.002>
- Gilg, A., Barr, S., & Ford, N. (2005). Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer. *Futures*, 37(6), 481–504. <http://doi.org/10.1016/j.futures.2004.10.016>
- Hobson, K. (2006). Bins, Bulbs, and Shower Timers: On the “Techno-Ethics” of Sustainable Living. *Ethics, Place & Environment*, 9(3), 317–336. <http://doi.org/10.1080/13668790600902375>
- Horta, A., Wilhite, H., Schmidt, L., & Bartiaux, F. (2014). Socio-Technical and Cultural Approaches to Energy Consumption: An Introduction. *Nature and Culture*, 9(2), 115–121. <http://doi.org/10.3167/nc.2014.090201>
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2011). Sustainability and consumption. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 40–54. <http://doi.org/10.1007/s11747-010-0193-6>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behaviour. *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <http://doi.org/10.1080/1350462022014540>
- Leiserowitz, A. a., Kates, R. W., & Parris, T. M. (2006). Sustainability Values, Attitudes, and Behaviors: A Review of Multinational and Global Trends. *Annual Review of Environment and Resources*, 31(1), 413–444. <http://doi.org/10.1146/annurev.energy.31.102505.133552>
- Miller, D. (1996). *Consumption as the vanguard of history* (pp. 1–57). London: Routledge.
- Naus, J., Spaargaren, G., Van Vliet, B. J. M., & Van der Horst, H. M. (2014). Smart grids, information flows and emerging domestic energy practices. *Energy Policy*, 68. <http://doi.org/10.1016/j.enpol.2014.01.038>
- Phipps, M., Ozanne, L. K., Luchs, M. G., Subrahmanyam, S., Kapitan, S., Catlin, J. R., ... Weaver, T. (2013). Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework. *Journal of Business Research*, 66, 1227–1234.
- Piñeiro, C., & Díaz, M. J. (2012). Perdiéndonos en la ciudad: el consumo responsable como mensaje. *La ciudad de Madrid como ecosistema comunicativo. Athenea Digital*, 12(1), 67–88.
- Portilho, F. (2010). *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania* (2nd ed.). Sao Paulo: Cortez Editora.
- Pullinger, M., Anderson, B., Browne, A., & Medd, W. (2013). New Directions in Understanding Household Water Demand. *Journal of Water Supply: Research and Technology—AQUA*, 62(8), 496–506.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263. <http://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Robledo, S., Osorio, G. A., & López, C. (2014). Networking en pequeña empresa: una revisión bibliográfica utilizando la teoría de grafos. *Revista Vínculos*, 11(2), 6–16.
- Røpke, I. (2009). Theories of practice — New inspiration for ecological economic studies on consumption. *Ecological Economics*, (68), 2490–2497.
- Sahakian, M., & Wilhite, H. (2013). Making practice theory practicable: Towards more

sustainable forms of consumption. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 25–44.

<http://doi.org/10.1177/1469540513505607>

Sayer, A. (2013). Power, sustainability and well being. In N. Spurling & E. Shove (Eds.), *Sustainable practices. Social theory and climate change* (pp. 167–180). Abingdon, Oxford: Routledge.

Scott, A., Oates, C., & Young, W. (2015). A conceptual framework of the adoption and practice of environmental actions in households. *Sustainability (Switzerland)*, 7(5), 5793–5818.

<http://doi.org/10.3390/su7055793>

Shove, E. (2003a). *Comfort, cleanliness and convenience*. Oxford: Berg.

Shove, E. (2003b). Converging conventions of comfort, cleanliness and convenience. *Journal of Consumer Policy*, 26, 395–418. <http://doi.org/10.1023/A:1026362829781>

Shove, E. (2010a). Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change. *Environment and Planning A*, 42(6), 1273–1285. <http://doi.org/10.1068/a42282>

Shove, E. (2010b). Social theory and climate change: questions often, sometimes and not yet asked. *Theory, Culture & Society*, 27(2–3), 277–288.

<http://doi.org/10.1177/0263276410361498>

Shove, E. (2012). Comfort and convenience: temporality and practice. In F. Trentmann (Ed.), *The Oxford handbook of the history consumption* (pp. 287–305). Oxford: Oxford University Press.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday Life and How It Changes*. Los Angeles: SAGE Publications. <http://doi.org/10.4135/9781446250655.n1>

Shove, E., & Walker, G. (2014). What Is Energy For? Social Practice and Energy Demand. *Theory, Culture & Society*, 31(5), 41–58. <http://doi.org/10.1177/0263276414536746>

Shove, E., Watson, M., & Spurling, N. (2015). Conceptualizing connections: Energy demand, infrastructures and social practices. *European Journal of Social Theory*, 18(3), 274–287.

<http://doi.org/10.1177/1368431015579964>

Spaargaren, G. (2006). *The Ecological Modernization of Social Practices at the Consumption Junction Discussion-paper for the ISA-RC-24 conference " Sustainable Consumption and Society "* Wageningen.

Spaargaren, G. (2011). Theories of practices: Agency, technology, and culture. *Global Environmental Change*, 21(3), 813–822. <http://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.03.010>

Spaargaren, G., & Oosterveer, P. (2010). Citizen-Consumers as Agents of Change in Globalizing Modernity: The Case of Sustainable Consumption. *Sustainability*, 2(7), 1887–1908.

<http://doi.org/10.3390/su2071887>

Steg, L., Dreijerink, L., & Abrahamse, W. (2005). Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology*, 25(4), 415–425.

<http://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.08.003>

Trentmann, F. (2016). *Empire of Things: How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*. London: Penguin.

Valkila, N., & Saari, a. (2013). Attitude–behaviour gap in energy issues: Case study of three different Finnish residential areas. *Energy for Sustainable Development*, 17(1), 24–34.

<http://doi.org/10.1016/j.esd.2012.10.001>

van Vliet, B., Chappells, H., & Shove, E. (2005). *Infrastructures of consumption*. London: Earthscan.

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131–153.

Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of*

Consumer Culture, 14(3), 279–303. <http://doi.org/10.1177/1469540514547828>

Warde, A. (2017). Consumption. A sociological analysis. London: Palgrave Macmillan.

Welch, D., & Warde, A. (2015). Theories of practice and sustainable consumption. In L. A. Reisch & J. Thøgersen (Eds.), *Handbook of Research on Sustainable Consumption* (pp. 84–100). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Wilhite, H. (2013). Sustainability as social practice: New Perspectives on the Theory and Policies of Reducing Energy Consumption. In S. Lockie, D. A. Sonnenfeld, & D. Fisher (Eds.), *Routledge International Handbook of Social and Environmental Change* (pp. 91–95). Routledge.

Wilhite, H. (2015). The problem of habits for a sustainable transformation. In K. L. Syse & M. L. Müller (Eds.), *Sustainable consumption and the good life* (pp. 100–110). London: Routledge.

Winther, T., & Wilhite, H. (2014). An analysis of the household energy rebound effect from a practice perspective: spatial and temporal dimensions. *Energy Efficiency*, 8(3), 595–607.

<http://doi.org/10.1007/s12053-014-9311-5>

Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour when Purchasing Products. *Sustainable Development*, 31(18), 20–31.

1. Programa de Ingeniería Ambiental, Universidad de Medellín. Doctorado en ciencias ambientales, Universidad Tecnológica de Pereira. Sociólogo, PhD(c) ciencias ambientales. Grupo de Investigación GIS, Universidad de Medellín (Col.). Correo electrónico: fredy.lopez@utp.edu.co

2. Vicerrectoría Académica, Universidad Tecnológica de Pereira. Ingeniero Sanitario, PhD. Grupo de investigación GIAS, Universidad Tecnológica de Pereira (Col.). Correo electrónico: jhguerre@utp.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015

Vol. 38 (Nº 59) Año 2017

[\[Index\]](#)

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]

©2017. revistaESPACIOS.com • ®Derechos Reservados